

*Intervista al nuovo Presidente del Convention Bureau  
Roma e Lazio Onorio Rebecchini*



## OBIETTIVO TOP 3



di Marco Piscitello



**D**opo tanti anni di attesa, il Convention Bureau Roma e Lazio (CBReL) vedeva la luce nel giugno 2017 da un progetto condiviso da Federalberghi/Confcommercio, Unindustria, Federcongressi e Confesercenti e dalle istituzioni rappresentative del territorio, Roma Capitale e Regione Lazio, per sviluppare e rendere finalmente competitiva la nostra Meeting Industry. A ricoprire per primo il ruolo di Presidente fu chiamato Onorio Rebecchini che, in occasione della presentazione ufficiale del nuovo organismo

al Tempio di Adriano, scommise sulla fondamentale valenza della collaborazione tra pubblico e privato. Sono trascorsi sei anni ed il Vice Presidente di Federalberghi Roma è tornato dall'agosto scorso a occupare lo scranno più alto dell'organismo ufficiale di promozione dell'offerta e dei servizi della Meeting Industry di Roma e del Lazio sui mercati nazionali ed internazionali. Lo abbiamo incontrato per fare il punto della situazione e scoprire dalla sua voce quali saranno gli obiettivi futuri del Convention Bureau.

**Presidente Rebecchini, cosa è cambiato nel CBReL dal suo primo incarico, sia in termini di strutture associate che di mercato globale?**

Il Convention Bureau Roma e Lazio uscì dai blocchi con appena una trentina di associati, mentre oggi ne conta oltre 150. Basta questo numero a confermare che la nostra intuizione fu felice: in questi anni non ha mai smesso di crescere l'interesse per il nostro impegno da parte della filiera di operatori economici e player strategici legati al turismo della Meeting Industry,



quale mi ritengo non ho potuto che aderire alla richiesta, consapevole dell'importanza vitale che il segmento congressuale riveste per il nostro territorio.

In termini di mercato, l'unico indicatore obiettivo di cui disponiamo è la graduatoria stilata da ICCA (International Congress and Convention Association) che ha visto Roma risalire dal 18esimo del 2019, un anno prima del Covid, al 14esimo posto in classifica nel 2022. Tuttavia, questi dati vanno letti con attenzione in quanto, con il brusco arresto imposto dalla pandemia, molti eventi pianificati nel 2021 e 2022 sono stati posticipati e stanno avendo luogo in un 2023 dal

calendario molto nutrito. Da parte nostra, siamo già al lavoro per il 2025 e 2026.

Quel che è certo è che nel CBReL i meeting organizer hanno trovato un interlocutore che dà risposte concrete e che prima del 2017 non esisteva: oggi chi vuole indire una gara tra città ha un organismo a cui rivolgersi ufficialmente per approfondire cosa possono offrire Roma e Lazio in termini di organizzazione, accoglienza, trasporti e servizi. Ne consegue l'importanza e il forte apprezzamento di questo lavoro, in completa sinergia fin da subito con le nostre istituzioni.

Con Roma Capitale e Regione Lazio, infatti, "viaggiamo" uniti, anche in senso fisico. Tra i vari appuntamenti internazionali in programma, saremo insieme alle grandi fiere di settore come la IMEX America di Las Vegas, la IMEX di Francoforte, la IBTM di Barcellona e la ILTM di Cannes: è dal 2017 che i nostri territori si presentano come un'unica proposta di destinazione. L'unione fa del Bureau un corpo solo sia nell'offerta che nel fornire risposte immediate a chi ci richiede di partecipare a bandi per eventi di ogni dimensione da far atterrare sull'intero territorio regionale.

L'importanza di questo impegno, per tut-

ti, è misurabile anche in termini economici. Per esempio, un evento con 2.000 partecipanti, oltre a generare un indotto diretto e indiretto a favore del comparto turistico, è in grado di generare entrate per le istituzioni del territorio: in termini di valore di imposta di soggiorno, 2.000 presenze per 3 giorni corrispondono in media a 7,50 euro a persona e, quindi, circa 50.000 euro. Anche per questo le amministrazioni sono ricettive e ci permettono di pianificare e indirizzare al meglio il lavoro sia in termini di date che di location, evitando sovrapposizioni e criticità logistiche. Questa eccellente esperienza di partenariato dimostra semplicemente che fare squadra è la soluzione vincente.

Tra le iniziative di promozione che svolgiamo con la Regione Lazio, segnaliamo il recente successo della presentazione del nostro territorio alle aziende dell'automotive. Il progetto "Lazio on the road" ci ha consentito negli scorsi mesi di far conoscere l'Autodromo di Vallelunga e le meravigliose strade consolari che si irradiano per tutto il Lazio alle case automobilistiche estere, che potranno utilizzare le nostre location di eccellenza per presentare nuovi modelli a clienti, stampa estera, addetti ai lavori e top management. Abbiamo già pianificato alcuni eventi di questo tipo per i prossimi anni.

**Di cos'altro avrebbero bisogno Roma e Lazio per competere con successo nell'attuale mercato business e Mice?**



che va dai centri congressuali di prestigio internazionale come il Roma Convention Center "La Nuvola" e l'Auditorium Parco della Musica ai poli fieristici come la Fiera di Roma, dagli aeroporti agli hotel business e luxury oriented, alle agenzie PCO, DMC e aziende di trasporto a livello collettivo e individuale.

Il progetto ha acquisito nel tempo sempre più credibilità, nonostante in questi anni si sia dovuto affrontare un brusco arresto a causa del Covid, e oggi possiamo affermare di aver raggiunto una maturità diversa con un'organizzazione solida e strutturata, in continua ricerca di nuovi slanci e obiettivi ambiziosi di crescita. Per questo motivo, le associazioni fondatrici si sono incontrate e, in accordo con Roma Capitale e Regione Lazio, hanno condiviso un'azione di rilancio e hanno pensato di coinvolgermi di nuovo. Da civil servant

Roma e Lazio presentano un'offerta completa, invidiata in tutto il mondo, e le convention ed eventi sono opportunità per ottenere risorse per le associazioni che li organizzano, tenendo in considerazione che il nostro territorio è tra i più desiderati per lo sviluppo di progetti internazionali. Parallelamente a ciò, nonostante si registri una forte attrazione per concorrere su gare europee e mondiali, c'è ancora molto da fare ed è necessario individuare e definire - procedendo con la forte intesa con le istituzioni e le associazioni di categoria - dei chiari incentivi di destinazione al pari dei nostri competitor. In un'ottica di crescita esponenziale, dobbiamo tener conto del mercato e delle destinazioni che offrono servizi a prezzi competitivi. Con location e venue come l'Auditorium Parco della Musica, il Roma Convention Center "La Nuvola" e l'Auditorium della Tecnica possiamo arrivare ad accogliere anche 5mila persone. Inoltre ci sono alcune strutture ricettive capaci di sostenere grandi numeri. Davanti a cifre più elevate, occorre far riferimento alla nuova Fiera di Roma, che, al momento, soffre ancora qualche problema infrastrutturale. I padiglioni hanno bisogno di accesso facilitato, trasporti e decoro. A tal proposito Camera di Commercio di Roma e Regione Lazio, insieme a Trenitalia, hanno già avviato un progetto che ha l'obiettivo del raddoppio del binario in prossimità della stazione della Fiera per rendere possibile una maggiore frequenza di treni senza sovraccaricare il Leonardo Express che collega la città con l'Aeroporto di Fiumicino.

In prospettiva, ritengo che anche la grande offerta di 5 stelle aperti o di prossima apertura nella Capitale rappresenti un'ulteriore opportunità. Roma e Lazio sono nei sogni di tutti i viaggiatori, anche per questo siamo più costosi di altre destinazioni, ma d'altronde, senza scomodare siti e monumenti, anche solo il fascino di una struttura congressuale come il Roma Convention Center "La Nuvola" non è paragonabile, per fare un esempio qualsiasi, al Palazzo dei Congressi di Losanna.

#### **Quali sono i mercati a cui puntare?**

Posto che il nostro target resta il mondo, le grandi associazioni e aziende corporate internazionali hanno sede in Germania, Inghilterra e Usa. Proprio per questo, abbiamo recentemente organizzato dei road show in Germania e in Belgio e, a dicembre, ospiteremo una selezione di importanti buyer americani e canadesi per presentare le capacità attrattive e ricettive del territorio. Inoltre, molto probabilmente, accompagneremo una delegazione di Roma Capitale e Regione Lazio in Cina, Giappone e Corea in collaborazione con ICE edENIT, sulla scia di quanto già realizzato prima del Covid con

ottimi risultati, tanto che da allora l'Aeroporto di Fiumicino è diventato l'hub aeroportuale europeo con più voli in arrivo da quei Paesi.

#### **Qual è l'obiettivo da raggiungere a fine mandato?**

L'obiettivo più ambizioso è l'entrata nella top 3 della classifica ICCA: con ottimismo, entusiasmo e rinnovato impegno, crediamo davvero che possa diventare realtà. Anche grazie al grande lavoro che ha compiuto e continua a compiere Aeroporti di Roma e allo sforzo di Trenitalia nel collegare con le sue Freccie tutto il territorio italiano. E poi? Il prossimo sogno nel cassetto si chiama Expo 2030.



**Tra le iniziative di promozione che svolgiamo con la Regione Lazio, segnaliamo il recente successo della presentazione del nostro territorio alle aziende dell'automotive. Il progetto "Lazio on the road" ci ha consentito negli scorsi mesi di far conoscere l'Autodromo di Vallelunga e le meravigliose strade consolari che si irradiano per tutto il Lazio alle case automobilistiche estere**

